

มาตรฐานจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์ สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

วันที่รับบทความ: 27 พฤษภาคม 2566 / วันที่แก้ไขบทความ: 10 มิถุนายน 2567 / วันที่ตอบรับบทความ: 27 สิงหาคม 2567

วรัญญ์ คุรุจิต

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์ จากในประเทศและต่างประเทศ 2. เพื่อหาแนวทางมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับบุคลากรในหน่วยงานของรัฐบาลของประเทศไทย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวิธีการวิจัย 2 รูปแบบ คือ 1. การศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร (documentary research) ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางมาตรฐานจริยธรรมสื่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. การสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการดูแลสื่อออนไลน์ และผู้ปฏิบัติงานสื่อออนไลน์ 2 ครั้ง ครั้งละ 8 คน ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปเป็นมาตรฐานจริยธรรมสำหรับผู้ปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐได้เป็น 4 หลักการสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย 33 หัวข้อย่อย คือ 1. ยึดถือความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy) มีทั้งสิ้น 10 หัวข้อย่อย 2. คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น (Impact) มีทั้งสิ้น 12 หัวข้อย่อย 3. มีความรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่นำเสนอ (Responsibility) มีทั้งสิ้น 5 หัวข้อย่อย 4. ยึดถือประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interest) มีทั้งสิ้น 6 หัวข้อย่อย จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 3 ประการให้กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะองค์กรหลักด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของประเทศ 1. ควรนำเอามาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้ ไปเผยแพร่ให้แก่หน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ และจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทั้งภายในและภายนอก จากนั้นควรมีการทบทวนและปรับปรุงทุกปี 2. ควรเผยแพร่มาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้ ไปยังฝ่ายสื่อสารของหน่วยงานรัฐทุกแห่งทั่วประเทศ รวมถึงสถานศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และอุดมศึกษา และควรจัดกิจกรรมร่วมกัน 3. ในการดำเนินการ ควรเป็นการส่งเสริมและไม่เน้นการจับผิด มีความยืดหยุ่น และหัวหน้างานต้องให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด แต่ต้องหนักแน่นและจริงจังในการไม่กระทำผิดจริยธรรมสื่อ ซึ่งควรเป็นนโยบายโดยตรงจากผู้บริหารระดับสูงในการส่งเสริมให้มาตรฐานนี้นำไปใช้จริง

คำสำคัญ: มาตรฐานสื่อออนไลน์, จริยธรรมสื่อออนไลน์, จรรยาบรรณสื่อ

วรัญญ์ คุรุจิต (Ph.D., Temple University, USA, 2005; Email: warat.k@nida.ac.th) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “การจัดทำ (ร่าง) มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์

Online Media Ethical Standard for Government Agencies

Received: May 27, 2023 / Received in revised form: June 10, 2024 / Accepted: August 27, 2024

Warat Karuchit

Abstract

The purposes of this research are: 1. To study information about online media ethical standards. 2. To find guidelines for online media ethics standards that are suitable for personnel in government agencies in Thailand. It was a qualitative study. There are two research methods: 1. documentary research of relevant documents, both domestically and internationally, related to media ethical standards. 2. Two rounds of focus group discussions with key informants who are involved in online media supervision and online media workers, 8 people each round. The results of the study can be summarized as ethical standards for workers of the Public Relations Department (PRD) and government agencies, consisting of 4 main principles, with 33 subtopics: 1. Accuracy (10 sub-topics) 2. Impact (12 sub-topics) 3. Responsibility (5 sub-topics) 4. Public Interest (6 sub-topics). From the study, the researcher offers 3 suggestions for PRD as the country's main communication and public relations organization. Firstly, this online media ethical standard should be distributed to PRD's branches across the country. PRD should organize trainings and workshops both for their personnel and outsiders. The standard should be reviewed and updated annually. Secondly, this standard should be distributed to the communication department of every government agency across the country, including secondary and higher education institutions and should organize activities together. Thirdly, the application of this standard should focus on promoting and not fault-finding. It should be flexible, and supervisors must give close consultation, but be firm and serious in not violating media ethics, which should be a direct policy from senior management.

Keywords: Digital Media Ethics, Online Media Ethics, Digital Media Code of Ethics

Warat Karuchit (Ph.D., Temple University, USA, 2005; Email: warat.k@nida.ac.th) is an Associate Professor at GSCM, National Institute of Development Administration.

This article is a part of the project "Creating a (Draft) of Online Media Ethical Standard" Fiscal Year 2022, sponsored by the National News Agency, Department of Public Relations.

บทนำ

จากกระแสความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรง ทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้รับสารที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างมาก โดยสถิติของปี พ.ศ. 2567 พบว่ามีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมากถึงร้อยละ 88 และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียร้อยละ 83 และใช้เวลาในโลกออนไลน์ถึงประมาณ 8 ชั่วโมง (Kemp, 2024) โดยผลการสำรวจของ Reuters Institute (2021) ระบุว่าผู้รับสารในประเทศไทยติดตามข่าวสารจากสื่อออนไลน์มากที่สุดถึงร้อยละ 91 รองลงมาเป็นสื่อโทรทัศน์ร้อยละ 51 และสิ่งพิมพ์เพียงร้อยละ 15 ดังนั้นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเกือบทุกแห่งรวมทั้งองค์กรสื่อดั้งเดิม ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ จึงจำเป็นต้องมีช่องทางการสื่อสารกับประชาชนและผู้บริโภคทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ และสื่อสังคมในฐานช่องทางต่าง ๆ นอกจากนั้น ยังเกิดสื่อที่เป็นรูปแบบของออนไลน์เพียงอย่างเดียว ทั้งที่เป็นรูปแบบเพจข้อมูลข่าวสาร และเพจของบุคคลที่รู้จักกันในชื่อว่า “อินฟลูเอนเซอร์”

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของสื่อออนไลน์นั้น แม้จะทำให้มีความสะดวกสบายในการรับรู้และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมาก แต่อีกด้านหนึ่งกลับทำให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรมการสื่อสาร ทั้งการกระทำผิดกฎหมาย การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ข่าวปลอม (fake news) ประทุษวาจา (hate speech) การระรานทางไซเบอร์ (cyberbullying) และปัญหาอื่น ๆ ที่ลุกลามและขยายตัวขึ้น โดยเฉพาะจากองค์กรสื่อมวลชนอาชีพที่สร้างผลกระทบได้อย่างรุนแรงและกว้างขวางกว่าผู้ใช้ทั่วไป จึงมีเสียงเรียกร้องและการรณรงค์จากหลายภาคส่วนให้เกิดความตระหนักถึงการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรมและรู้เท่าทัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการ “กำกับตนเอง” (self-regulation) ที่สนับสนุนโดยองค์กรกำกับดูแลอย่างคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) รวมทั้งสมาคมวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนทุก ๆ องค์กร และยังเป็นไปตามหลักมาตรฐานสากล ที่เชื่อว่าเป็นแนวทางที่

ยั่งยืนที่สุดในการดูแลมาตรฐานของการสื่อสาร ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์

โดยเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการ “กำกับตนเอง” (ดูแลตนเองภายในองค์กร) และ “กำกับกันเอง” (ดูแลกันภายในสมาชิกของสมาคมวิชาชีพ) คือ “มาตรฐานจริยธรรมการสื่อสาร” โดยเฉพาะที่มีรายละเอียดสำหรับสื่อออนไลน์โดยตรง ซึ่งที่ผ่านมานั้น สมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนได้เคยออกแนวปฏิบัติสำหรับสื่อออนไลน์มาแล้วหลายครั้ง แต่ใช้เป็นเครื่องมือกำกับกันเองสำหรับสมาชิกที่เป็นสื่อเอกชน ส่วนหน่วยงานภาครัฐนั้น กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางของภาครัฐที่เป็นหลักและเป็นมาตรฐานของการสื่อสารในระดับประเทศ ยังไม่มีแนวทางจริยธรรมสื่อออนไลน์ขององค์กร หรือที่ใช้เป็นมาตรฐานสำหรับหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐใดที่มีมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้ ยกเว้นองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส) ที่มีคู่มือมาตรฐานจริยธรรมเป็นของตนเอง กรมประชาสัมพันธ์ จึงสมควรที่จะมีการศึกษาข้อมูลเพื่อรวบรวมและจัดทำขึ้นเป็นมาตรฐานการดูแลสื่อออนไลน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ที่แม้รูปแบบจะคล้ายคลึงกับการสื่อสารของเอกชน แต่มีความสำคัญที่ภาครัฐต้องยึดเอาเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นที่ตั้ง ที่ต่างจากสื่อภาคเอกชนที่จำเป็นต้องแสวงหากำไร โดยมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินนโยบายด้านการสื่อสารของหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ เช่นสำนักข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ และสามารถให้หน่วยงานภาครัฐ ที่ทุกหน่วยงานล้วนแล้วแต่มีฐานช่องทางสื่อออนไลน์เป็นของตนเองเพื่อให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน รวมทั้งองค์กรสื่อเอกชน และบุคคลทั่วไป สามารถนำมาตรฐานนี้ไปใช้ยกระดับการปฏิบัติงานการสื่อสารออนไลน์ของตนเองให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างขึ้นได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อหาแนวทางมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับบุคลากรในหน่วยงานของรัฐของประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการใช้สื่อออนไลน์ นั่นคือพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ฉบับที่ 1 เมื่อปี พ.ศ. 2550 และฉบับที่ 2 เมื่อปี พ.ศ. 2560 (ราชกิจจานุเบกษา, 2560) ส่วนในเรื่องของการกำกับดูแลด้านจริยธรรมนั้น สมาคมวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนได้มีการบัญญัติแนวทางการดำเนินการขององค์กรสื่อและสื่อมวลชนที่เป็นสมาชิก ทั้ง สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (ปัจจุบันคือ สภาการสื่อสารมวลชนแห่งชาติ) สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และในปี พ.ศ. 2552 ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ได้เผยแพร่ร่าง “แนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสมาชิกชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์” ซึ่งต่อมาทางชมรมได้ยกระดับขึ้นเป็น สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ และได้ร่วมกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย จัดทำ “แนวปฏิบัติเรื่องการใช้อีเมลส่งคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553” และปรับปรุงอีกครั้งใน พ.ศ. 2562 (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์, 2562) โดยเป็นแนวทาง “กำกับตนเอง” ที่ระบุถึงประเด็นทางจริยธรรมในการสื่อสารที่ควรระมัดระวังและควรปฏิบัติตาม ซึ่งจำกัดเฉพาะองค์กรสมาชิกที่เป็นสื่อมวลชน นอกจากนี้ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอส ได้มีการออก “แนวปฏิบัติในการใช้อีเมลส่งคมออนไลน์ในกิจการของ ส.ส.ท.” ใน พ.ศ. 2563 (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, 2563) เพื่อเป็นกรอบปฏิบัติที่ใช้กับพนักงานทั้งหมด ไม่ใช่แค่เฉพาะกองบรรณาธิการและนักข่าว เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบ แนวทาง และพระราชบัญญัติของ ส.ส.ท.

ส่วนในต่างประเทศ ในประเทศสหรัฐอเมริกา American Society of Newspaper Editors (ASNE) ได้กำหนดมาตรฐานจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน ไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1922 (The American Society of Newspaper Editors, 2003) โดยในตอนแรกเรียกว่า “Canons of Journalism” และเปลี่ยนเป็น “Statement of Principles” ในปี ค.ศ. 1975 ต่อมาในปี ค.ศ. 1996 Society of Professional Journalism (SPJ) ที่เป็นองค์กรเก่าแก่และมีสมาชิกมากกว่า 6,000 คน ได้ออก “SPJ Code of Ethics” เพื่อเป็นแนวทางให้กับสมาชิกและวิชาชีพสื่อสารมวลชน และปรับปรุงอีกครั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตัวของสื่อออนไลน์ในปี ค.ศ. 2014 (Society of Professional Journalism, 2014) ส่วนในสหราชอาณาจักร ในการประชุม News: Rewired ซึ่งเป็นการประชุมเกี่ยวกับการวารสารศาสตร์ในยุคดิจิทัล ประจำปี ค.ศ. 2013 ได้มีการสรุปมาตรฐานจรรยาบรรณสื่อสำหรับนักข่าวออนไลน์โดยเฉพาะไว้ โดยเฉพาะ (Reid, 2013) นอกจากนี้ ในปี ค.ศ. 2015 Ethical Journalism Network (EJN) ซึ่งเป็นเครือข่ายองค์กรสื่อสารมวลชนที่ประกอบไปด้วยนักข่าว บรรณาธิการ เจ้าของสำนักพิมพ์ และกลุ่มสนับสนุนสื่อภาคประชาชน มากกว่า 70 กลุ่ม รวมถึงองค์กร UNESCO ได้ประกาศ “Five Core Principles of Ethical Journalism” หรือ “หลักการสำคัญ 5 ประการสำหรับจริยธรรมวารสารศาสตร์” (Ethical Journalism Network, 2015) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้คัดเลือกหลักการจริยธรรมดังกล่าวมาเป็นการอ้างอิงเพื่อให้เป็นกรอบแนวทางในการร่างมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์ในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นหลักการที่เป็นที่ยอมรับและอ้างอิงกันในระดับสากล

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการวิจัย 2 รูปแบบดังนี้

1. การศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร (documentary research) ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางมาตรฐานจริยธรรมสื่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางในระดับสากล ดังนี้

1) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

2) แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2562 (โดย สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ร่วมกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย)

3) แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกิจการของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (โดย องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย)

4) Statement of Principles โดย American Society of Newspaper Editors (1922)

5) Code of Ethics โดย Society of Professional Journalists (2014)

6) Five Core Principles of Journalism โดย Ethical Journalism Network (2015)

2. การสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการดูแลสื่อออนไลน์ และผู้ปฏิบัติงานสื่อออนไลน์ 2 ครั้ง ครั้งละ 8 คน ทางโปรแกรม Microsoft Teams

การวิจัยครั้งนี้ ต้องการให้ได้ความคิดเห็นที่รอบด้าน และทันสมัย จึงได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องในการทำงานด้านสื่อออนไลน์ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากธรรมชาติของความแตกต่างในการสื่อสารทางออนไลน์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนนั้นมีช่องว่างที่น้อยลงจากเดิมอย่างมากแล้ว มีเพียงความแตกต่างคือ หน่วยงานภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นหลัก โดยที่ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องับจริยธรรมสื่อออนไลน์ ทั้งผู้ที่เคยร่างมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์ ผู้ที่เคยทำวิจัยด้านนี้ สื่อมวลชนระดับนโยบาย และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการจริงที่เป็นผู้ดูแลฐานช่องทางสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐ โดยในการทำการสนทนากลุ่มทั้งสองครั้ง มี

บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ เข้าร่วมสังเกตการณ์และให้ความเห็นประกอบด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

รอบที่ 1 มีผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 8 คน แบ่งเป็น กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อออนไลน์ 4 คน ประกอบด้วยนักข่าวออนไลน์ 2 คน และสื่อมวลชนทั่วไป 2 คน และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ 4 คน โดยแบ่งเป็นบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ 1 คน ภาคเอกชน 1 คน และนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน 2 คน

รอบที่ 2 มีผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 8 คน แบ่งเป็น กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อออนไลน์ 4 คน ประกอบด้วยนักข่าวออนไลน์ 2 คน และสื่อมวลชนทั่วไป 2 คน และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ 4 คน โดยแบ่งเป็นบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ 1 คน ภาคเอกชน 1 คน และนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน 2 คน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร

จากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมข้อมูลเป็นพื้นฐานได้ดังนี้

1. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกกันโดยย่อว่า “พ.ร.บ. คอมฯ” (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อคุ้มครองการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ของประชาชน ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมจากฉบับแรกที่บังคับใช้มาตั้งแต่ พ.ศ. 2550 ทั้งนี้มาตราที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมสื่อออนไลน์โดยตรง คือมาตรา 14 และมาตรา 16 มีดังต่อไปนี้

“มาตรา 14 ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(1) โดยทุจริต หรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันมิใช่ การกระทำผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา

(2) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(3) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(4) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(5) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) หรือ (4)

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง (1) มิได้กระทำต่อประชาชน แต่เป็นการกระทำต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ผู้กระทำ ผู้เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้เป็นความผิดอันยอมความได้” (ราชกิจจานุเบกษา, 2560)

“มาตรา ๑๖ ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลง ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำต่อภาพของผู้ตาย และการกระทำนั้นน่าจะทำให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษดังที่บัญญัติไว้ในวรรคหนึ่ง

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง เป็นการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์โดยสุจริตอันเป็นการติชมด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ ผู้กระทำไม่มีความผิด

ความผิดตามวรรคหนึ่งและวรรคสองเป็นความผิดอันยอมความได้

ถ้าผู้เสียหายในความผิดตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง ตายเสียก่อนร้องทุกข์ ให้บิดา มารดา คู่สมรส

หรือบุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย” (ราชกิจจานุเบกษา, 2560)

2. แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2562 (โดย สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ร่วมกับ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย)

แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2562 มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมสื่อออนไลน์โดยตรง มีสาระสำคัญ แบ่งออกเป็น 4 หมวด รวม 19 ข้อ โดยแบ่งเป็น หมวด 1 บททั่วไป (3 ข้อ) หมวด 2 บทนิยาม (1 ข้อ) โดยมีคำนิยามของคำว่า “สื่อสังคมออนไลน์” ว่า “สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถสื่อสารเนื้อหา อาทิ twitter.com, Facebook, YouTube, weblog ต่าง ๆ, LINE, Instagram และสื่อสังคมออนไลน์ใหม่ ๆ ที่จะมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นในอนาคต” หมวด 3 แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน (7 ข้อ) และหมวด 4 แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน (7 ข้อ) โดยมีหลักการสำคัญในเรื่องดังต่อไปนี้: การยึดมั่นจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

, การอ้างอิงแหล่งที่มา, การไม่สร้างความเกลียดชังของคนในสังคม, การได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล, การใช้ข้อมูลจากผู้ใช้อ้างอิง (User-Generated Content), การระมัดระวังในการถ่ายทอดสดทางสื่อสังคมออนไลน์ (Real Time Streaming), การจัดการชุมชนออนไลน์ที่สร้างขึ้น, การปรับปรุงข้อมูลให้เป็นเนื้อหาล่าสุด, การระมัดระวังการส่งต่อเนื้อหา, การตรวจสอบข้อเท็จจริงของเนื้อหาออนไลน์, การระมัดระวังการละเมิดสิทธิผู้อื่น, การแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดและการแก้ไขเนื้อหาที่ผิดพลาด (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์, 2562)

3. แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกิจการของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2563 (โดย องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย)

แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกิจการของ ส.ส.ท. มีการประกาศใช้สำหรับบุคลากรภายในของ ส.ส.ท. ซึ่งรวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ ส.ส.ท. และ การใช้สื่อสังคมเป็นการส่วนบุคคล โดยมีทั้งสิ้น 3 หมวด 14 ข้อ โดยแบ่งเป็นหมวด 1 บททั่วไป (2 ข้อ) หมวด 2 แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในนาม ส.ส.ท. (8 ข้อ) และหมวด 3 แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานส่วนบุคคล (4 ข้อ) โดยมีหลักการสำคัญในเรื่องต่อไปนี้: การรักษาความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย, การกระทำตามข้อบังคับด้านจริยธรรมและกฎหมาย, การยึดถือข้อเท็จจริง, การรับผิดชอบต่อโทษ และดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง, การไม่ใช้ถ้อยคำที่ดูหมิ่นหรือละเมิดสิทธิผู้อื่น, การไม่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เป็นกลาง หรือเนื้อหาที่กระทบต่อความมั่นคงและสถาบันพระมหากษัตริย์, การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ, การเผยแพร่ข้อมูลอย่างรอบคอบในสถานการณ์ฉุกเฉิน, การไม่เผยแพร่ข้อมูลความลับขององค์กร หรือข้อมูลที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ ส.ส.ท., การไม่สร้างบัญชีปลอมในนามของ ส.ส.ท., และการรับผิดชอบต่อแก้ไข และชดเชยต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

4. Statement of Principles โดย American Society of Newspaper Editors (1922)

ในการศึกษาหลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณสื่อมวลชน ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการสำคัญพื้นฐานของ American Society of Newspaper Editors (1922) ซึ่งเป็นองค์กรสื่อมวลชนเก่าแก่ที่ได้รับการยอมรับอย่างสูง โดย ASNE ได้กำหนดหลักการสำคัญของมาตรฐานจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน (Statement of Principles) ไว้ 6 ประการ ได้แก่

1. Responsibility (ความรับผิดชอบต่อ)
2. Freedom of the Press (เสรีภาพในการเสนอข่าว)
3. Independence (ความเป็นอิสระ)
4. Truth and Accuracy (ความจริงและความถูกต้อง)
5. Impartiality (ความไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใด)
6. Fair Play (การไม่ละเมิดสิทธิ)

โดยหลักการทั้ง 6 ข้อนี้ เป็นพื้นฐานสำคัญของหลักจริยธรรมวารสารศาสตร์ที่ต่อมาได้ถูกนำมาพัฒนาเป็นหลักการจริยธรรมวารสารศาสตร์ที่รวมเอาสื่อออนไลน์เข้าไปด้วยในมาตรฐานที่สร้างขึ้นในภายหลัง

5. Code of Ethics โดย Society of Professional Journalists (2014)

Society of Professional Journalists หรือ SPJ เป็นองค์กรสื่อมวลชนหลักของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีสมาชิกมากที่สุด โดยมีภารกิจมุ่งเน้นในด้านการส่งเสริมจริยธรรมของนักข่าวและองค์กรสื่อมวลชน โดย SPJ ได้มีการประชุมและปรับปรุงมาตรฐาน Code of Ethics นี้หลายครั้งให้ครอบคลุมความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อมวลชน จนในที่สุดในปี ค.ศ. 2014 กรรมการของ SPJ ได้ประกาศจรรยาบรรณสื่อมวลชนไว้โดยมี 4 หลักการสำคัญคือ

1) Seek Truth and Report It (สืบหาความจริงและรายงานต่อสาธารณะ) ประกอบด้วย 18 ข้อย่อย โดย SPJ ระบุว่าแก่นของหลักการนี้คือ “การทำข่าวที่มีจริยธรรม จะต้อง

ถูกต้อง และเป็นธรรม นักข่าวจะต้องซื่อสัตย์และกล้าหาญในการรวบรวม รายงาน และตีความข้อมูล”

2) Minimize Harm (จำกัดความเสียหายให้น้อยที่สุด) ประกอบด้วย 7 ข้อย่อย โดยแก่นของหลักการนี้คือ “การทำข่าวที่มีจริยธรรม จะต้องปฏิบัติต่อแหล่งข่าว ผู้ตกเป็นข่าว เพื่อนร่วมงาน และสาธารณชน เช่นเดียวกับเป็นมนุษย์ที่สมควรได้รับความเคารพ”

3) Act Independently (ดำเนินการอย่างอิสระ) ประกอบด้วย 5 ข้อย่อย โดยแก่นของหลักการนี้คือ “พันธะสัญญาอันดับแรก และอันดับสูงสุด ของการทำข่าวที่มีจริยธรรม คือการรับใช้สาธารณะ”

4) Be Accountable and Transparent (มีความรับผิดชอบและโปร่งใส) ประกอบด้วย 5 ข้อย่อย โดยแก่นของหลักการนี้คือ “การทำข่าวที่มีจริยธรรม หมายถึงการรับผิดชอบต่อตนเอง และการชี้แจงการตัดสินใจของตนให้เป็นที่รับรู้ของสาธารณะ”

ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า หลักการมาตรฐานจริยธรรมวารสารศาสตร์ของ SPJ 4 ข้อนี้ ได้รับการยอมรับและอ้างอิงมากที่สุดมาตรฐานหนึ่งในระดับสากล และนำไปใช้สอนในหลักสูตรด้านวารสารศาสตร์อย่างแพร่หลาย

6. Five Core Principles of Journalism โดย Ethical Journalism Network (2015)

Ethical Journalism Network (EJN) เป็นเครือข่ายสื่อมวลชนด้านวารสารศาสตร์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีภารกิจหลักคือการส่งเสริมจริยธรรมของสื่อมวลชน มีศูนย์กลางอยู่ที่ประเทศอังกฤษ แต่มีสมาชิกทั่วโลกมากกว่า 70 องค์กร ซึ่ง EJN ได้กำหนดจริยธรรมสื่อสารมวลชน เป็นหลักการสำคัญ 5 ประการ คือ

1. Truth & Accuracy (ความจริงและความถูกต้อง) โดย EJN ระบุว่า นักข่าวอาจไม่สามารถรับประกัน “ความจริง” ได้ แต่หลักการสำคัญคือการรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้อง ที่ตรวจสอบแล้วมานำเสนอ

2. Independence (ความเป็นอิสระ) โดย EJN ระบุว่า นักข่าวต้องเป็นเสียงอิสระ ไม่ควรดำเนินการในนามกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หากมีผลประโยชน์ทับซ้อน (conflict of interest) เกิดขึ้น จะต้องแจ้งให้บรรณาธิการและสาธารณชนรับรู้

3. Fairness and Impartiality (ความเป็นธรรมและความไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใด) โดย EJN ระบุว่า เรื่องที่นำเสนอควรจะต้องสมดุล รอบด้าน มีข้อมูลบริบทประกอบ และควรพยายามดำเนินการอย่างเป็นกลางให้มากที่สุด (ยกเว้นในสถานการณ์ของความยุติธรรมที่ชัดเจน)

4. Humanity (ความมีมนุษยธรรม) โดย EJN ระบุว่า นักข่าวจะต้องไม่ก่อให้เกิดความเสียหายหรืออันตรายแก่ผู้ใด ต้องระมัดระวังผลกระทบของคำและภาพที่ใช้ที่อาจจะมีต่อชีวิตผู้เกี่ยวข้อง

5. Accountability (ความรับผิดชอบ) นักข่าวที่มีจริยธรรม จะต้องมีความรับผิดชอบต่องานที่ทำ หากทำผิด ชดเชยและแสดงความเสียใจอย่างจริงใจหากทำผิด และรับฟังเสียงของประชาชน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เอกสารและข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่ม เพื่อประมวลเป็นมาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์สำหรับผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ

ในขั้นตอนแรก ผู้วิจัยได้นำเสนอหลักมาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชนของระดับสากลแก่ผู้เข้าร่วมสนทนา แล้วนำเอา “แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2562” (โดย สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ร่วมกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย) เป็นแนวทางที่เป็นตัวตั้งเพื่อขอความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา เนื่องจากเป็นแนวทางในระดับประเทศ ให้อภิปรายว่าควรมีประเด็นใดที่สามารถใช้ได้ ประเด็นใดควรเพิ่มเติมปรับปรุง หรือตัดออกบ้าง ซึ่งมีหลายประเด็นที่ผู้เข้าร่วมได้เสนอให้ตัดออก เพิ่มเติม ปรับปรุง หรือยุบรวม ตามภูมิทัศน์ของสื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นการถ่ายทอดสด (live streaming) ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น หรือการดำเนินการตามมาตรฐานชุมชน (community standard) ของฐานช่องทาง

ที่องค์กรเป็นสมาชิก และหลายประเด็นที่ผู้เข้าร่วมเห็นว่ายังสมควรคงไว้ เช่นความถูกต้องของข้อมูล และการคำนึงถึงผลกระทบ และเพิ่มเรื่องของการยึดถือประโยชน์สาธารณะ (Public Interest) เนื่องจากเป็นมาตรฐานสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติของสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ที่จะเน้นไปที่สื่อของเอกชน

จากนั้นผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นจากการอภิปราย และการทบทวนวรรณกรรมหลักจริยธรรมสื่อระดับสากล รวมทั้งกฎหมายต่าง ๆ เขียนขึ้นเป็นร่างมาตรฐานจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ และจัดการสนทนากลุ่มในรอบที่ 2 เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้วิพากษ์และอภิปรายในประเด็นต่าง ๆ เช่นความครบถ้วนของประเด็น ข้อความที่ใช้การจัดหมวดหมู่ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยสามารถประมวลความคิดเห็นทั้งหมด ปรับปรุงออกมา ได้เป็น 4 หลักการสำคัญ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารออนไลน์ สำหรับผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ (ซึ่งในมาตรฐานนี้จะเรียกว่า “ผู้ปฏิบัติงาน”) ดังนี้

1. ยึดถือความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)

1.1 ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (fact-check) ทุกครั้งก่อนนำเสนอ โดยไม่นำเสนอข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งข้อมูลที่ไม่ทราบต้นตอ หรือจากแหล่งที่มาที่ไม่น่าเชื่อถือโดยไม่ได้ตรวจสอบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สามารถยืนยันความถูกต้องของข้อมูลได้ เนื่องจากอาจเป็นข่าวปลอม (fake news) หรือสื่อลวงลึก (deepfake) ได้ ควรนำข้อมูลมาจากแหล่งข่าวต้นฉบับทุกครั้งที่ทำได้

1.2 ผู้ปฏิบัติงานต้องไม่นำเสนอข้อมูลโดยบิดเบือนข้อเท็จจริงหรือบริบทแวดล้อมด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่นการเสริมข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง การตัดข้อมูลที่สำคัญออก การใช้ภาพที่ไม่ตรงกับเนื้อหา หรือการแต่งภาพและการจัดองค์ประกอบของภาพ จนเกิดการสื่อความหมายที่อาจเกิดการรับรู้ที่ต่างไปจากความต้องการของข้อเท็จจริง

1.3 ผู้ปฏิบัติงานต้องไม่ลอกข้อมูลมาจากแหล่งอื่น ยกเว้นเป็นการยกคำพูดมาแบบคำต่อคำ ซึ่งต้องระบุแหล่งที่มา

ของข้อมูลอย่างชัดเจน และระมัดระวังการตัดคำที่อาจสื่อความหมายบิดเบือน

1.4 หากเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีความผิดพลาดหรือมีการเปลี่ยนแปลง ผู้ปฏิบัติงานต้องแก้ไขข้อมูลดังกล่าวให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบันในทันที และควรแจ้งให้สาธารณะทราบถึงการแก้ไขข้อมูลดังกล่าวอย่างชัดเจน หากมีการเผยแพร่ทางออนไลน์แล้ว จะต้องแก้ไขเนื้อหาเดิมนั้น และปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้องเป็นปัจจุบัน แม้ว่าจะมีการออกข่าวใหม่แยกต่างหากแล้วก็ตาม และควรระบุวัน-เวลา ของการปรับปรุงข้อมูลด้วย

1.5 ผู้ปฏิบัติงานต้องแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นอย่างเด็ดขาด โดยไม่นำเสนอความคิดเห็นให้เป็นข้อเท็จจริง รวมถึงไม่ใช่ความคิดเห็นของตนเองสรุปเนื้อหาข่าวกับเป็นข้อเท็จจริงด้วย

1.6 การนำเสนอเนื้อหาต้องแยกส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง ออกจากการโฆษณาอย่างชัดเจน และต้องแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่าเนื้อหาใดเป็นการโฆษณา

1.7 ในการนำเสนอเนื้อหา ควรแสดงความโปร่งใสในการทำงาน โดยระบุที่มาของข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่เป็นประเด็นสำคัญอย่างชัดเจน พร้อมนำเสนอช่องทางที่ผู้รับสารสามารถเข้าไปดูเนื้อหาต้นฉบับได้เอง เช่น ลิงก์ไปสู่เนื้อหาต้นทางหรือเว็บไซต์ หรือหมายเลขโทรศัพท์ เพื่อการตรวจสอบข้อเท็จจริง

1.8 ผู้ปฏิบัติงานควรนำเสนอเนื้อหาด้วยความสมดุล ไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจนทำให้เกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริง หรือการเขียนเชิงชี้นำให้เกิดความเข้าใจผิด รวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับต้นสังกัด หน่วยงานภาครัฐแห่งอื่น ๆ ผู้สนับสนุนหรือกลุ่มอิทธิพลใด ๆ

1.9 ในภาวะวิกฤต ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความรอบคอบอย่างสูงในการนำเสนอเนื้อหา โดยต้องมั่นใจว่าเนื้อหานั้นมีความถูกต้อง มากกว่าให้ความสำคัญในเรื่องของความเร็วและการได้รับความนิยมในการนำเสนอ

1.10 ผู้ปฏิบัติงานพึงหลีกเลี่ยงการพาดหัวข่าวหรือเนื้อหาที่เร้าอารมณ์ความสนใจอย่างไม่เหมาะสม (clickbait) ซึ่ง

อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญได้ ควรใช้ข้อความที่ให้ข้อมูลอย่างตรงประเด็น

2. คำนึงถึงผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้น (Impact)

2.1 ในการนำเสนอเนื้อหา ผู้ปฏิบัติงานต้องคำนึงถึงผลกระทบในทางลบต่อผู้อื่น ทั้งความเสียหายต่อชื่อเสียง จิตใจ หรืออาจนำไปสู่อันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน ตั้งแต่การสืบค้น การรวบรวมข้อมูล การถ่ายภาพ การเขียนข่าว การติดต่อ ไปจนถึงการเผยแพร่

2.2 ผู้ปฏิบัติงานต้องศึกษา ทำความเข้าใจ และไม่ฝ่าฝืนหลักกฎหมาย เช่นพระราชบัญญัติการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ กฎหมายอาญาว่าด้วยการหมิ่นประมาท พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ประกาศของสำนักงาน กสทช. และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.3 ผู้ปฏิบัติงานต้องศึกษา ทำความเข้าใจ และใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการดำเนินงานตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน และแนวปฏิบัติต่าง ๆ จากองค์กรวิชาชีพมาตรฐานของแนวปฏิบัติของแต่ละแพลตฟอร์มการสื่อสาร (community standards) รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากภาควิชาการ ภาคสังคม

2.4 ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความอ่อนไหวและอาจเกิดผลกระทบทางลบต่อผู้ถูกระบุในเนื้อหา เช่นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน เหยื่ออาชญากรรม คดีทางเพศ ความรุนแรงในครอบครัว การทำอัตวินิบาตกรรม กลุ่มเปราะบาง ประเด็นทางเชื้อชาติ ศาสนา สถานะทางเพศ โดยต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์ของผู้ได้รับผลกระทบ หรือเป็นการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอันจะก่อให้เกิดความอับอาย อันตราย ผลกระทบทางจิตใจ ได้มากกว่ากรณีอื่น ๆ

2.5 ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความระมัดระวังต่อการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศ สถาบันหลักของชาติ เนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติและโรคร้ายแรง และเนื้อหาที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งในสังคม ความตื่นตระหนก หรือสร้างความแตกแยกเกลียดชัง ประทุษวาทา

(hate speech) การเหยียดหยามดูหมิ่นศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ทั้งที่อาจเกิดผลกระทบในประเทศ หรืออาจกระทบกระเทือนความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

2.6 ในการนำเสนอเนื้อหาด้วยการรายงานสด (Live Streaming) ผู้ปฏิบัติงานพึงระมัดระวังการเผยแพร่เนื้อหาที่สุ่มเสี่ยงต่อการผิดกฎหมาย หรือขัดต่อศีลธรรมอันดี

2.7 ผู้ปฏิบัติงานพึงระมัดระวังการเผยแพร่เนื้อหาที่อาจเป็นการชักจูงใจในเรื่องไสยศาสตร์ ความเชื่อส่วนบุคคล ลัทธิพิธีกรรม หรือสิ่งลึกลับที่ไม่มีข้อพิสูจน์

2.8 ผู้ปฏิบัติงานพึงระลึกว่า แม้ว่าจะได้รับอนุญาตให้เข้าถึงข้อมูลหรือเนื้อหาใด ๆ แต่อาจจะไม่เหมาะสมในการนำข้อมูลหรือเนื้อหาไปเผยแพร่ต่อสาธารณะ ควรยึดหลักประโยชน์ของสาธารณะและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องในการพิจารณา

2.9 ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรนำเสนอข้อหรืออัตลักษณ์ระบุตัวตนของผู้ต้องสงสัยที่ยังไม่ได้รับการยืนยันจากเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจโดยตรง

2.10 ในการนำข้อมูลหรือรูปภาพมาจากบุคคลหรือองค์กรใดที่ตั้งสถานะเป็นสาธารณะมาเผยแพร่ ผู้ปฏิบัติงานควรขออนุญาตหรือแจ้งเจ้าของข้อมูลก่อนทุกครั้งที่ได้ และต้องแสดงข้อความระบุแหล่งที่มาด้วย หากนำข้อมูลที่ตั้งสถานะการเผยแพร่อย่างจำกัด ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลดังกล่าวก่อนจะนำเสนอทุกครั้ง

2.11 ผู้ปฏิบัติงานควรใช้วิธีการที่สุจริตในการได้มาซึ่งข้อมูล ไม่ใช้วิธีที่ไม่เหมาะสมหรือไม่เปิดเผย เช่นการแอบบันทึกบทสนทนาโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อแลกกับข้อมูล ยกเว้นเป็นกรณีที่ไม่มีทางเลือก จำเป็นหรือฉุกเฉิน หรือกระทบความปลอดภัยของบุคคลเกี่ยวข้องหรือของสังคมโดยรวม ซึ่งควรปรึกษาหัวหน้างานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องก่อนดำเนินการทุกครั้ง

2.12 ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรเผยแพร่ข้อมูลที่ได้มาโดยวิธีที่ไม่ปกติ เว้นแต่มีความจำเป็น หรือเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ซึ่งจะต้องใช้ความระมัดระวังอย่างสูง และต้องจำกัดให้เกิดผลเสียต่อผู้อื่นและส่วนรวมให้น้อยที่สุด

3. รับผิดชอบ (Responsibility)

3.1 ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความระมัดระวังและหลีกเลี่ยงการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทางเพศ ภาษา ความรุนแรง และแนวคิดเหมารวม หรือมีผลกระทบทางลบต่อสังคม แม้ว่าจะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นบทสัมภาษณ์จากบุคคลจริงก็ตาม ทั้งที่เป็นการบันทึกไว้ก่อน หรือเป็นการถ่ายทอดสด หรือเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา นั้นทางออนไลน์ หากมีการเผยแพร่ออกไปและก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสังคม ต้องพิจารณาลบเนื้อหาที่ออก

3.2 ผู้ปฏิบัติงานควรใช้ความพยายามในการนำเสนอเนื้อหาที่ จากหลากหลายแง่มุม โดยเฉพาะข้อมูลจากผู้ที่ถูกเป็น ขาวทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม

3.3 หากเกิดข้อผิดพลาดในการนำเสนอข้อมูล ผู้ปฏิบัติงานต้องแก้ไขโดยเร็วที่สุด และแจ้งต่อสาธารณะให้ทราบโดยทั่วกัน หากความผิดพลาดนั้นก่อให้เกิดความเสียหาย หน่วยงานควรขอโทษต่อผู้เสียหาย รวมทั้งให้พื้นที่ในการชี้แจง และอาจพิจารณาชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นด้วย

3.4 ผู้ปฏิบัติงานพึงใช้ความระมัดระวังไม่ให้การเผยแพร่เนื้อหาที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญาใด ๆ เช่นการใช้ภาพ ข้อมูล หรือดนตรีและเพลงประกอบ

3.5 ในกรณีที่หน่วยงานมีช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ที่เปิดให้ผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นได้ ผู้ปฏิบัติงานต้องดูแลความคิดเห็นของผู้ใช้ไม่ให้ละเมิดกฎหมาย หรือขัดต่อศีลธรรมและมารยาทที่ดี หากมีเนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือไม่เหมาะสม ต้องพิจารณาลบออกในทันที และควรมีข้อตกลงร่วมกันกับผู้ใช้งาน ที่เป็นแนวปฏิบัติมาตรฐานของการชุมชนออนไลน์ของหน่วยงานนั้น

4. ยึดถือประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interest)

4.1 ในการพิจารณานำเสนอเนื้อหาใด ๆ ผู้ปฏิบัติงานต้องยึดถือประโยชน์ของสาธารณะเหนือสิ่งอื่นใด มากกว่าการหารายได้ การได้รับความนิยม หรือจำนวนผู้ชม

4.2 ผู้ปฏิบัติงานต้องคำนึงคุณภาพของเนื้อหาที่นำเสนอ ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การผลิตเนื้อหาที่ถูกต้องทั้งข้อมูลและการสะกด การเลือกใช้คำ นำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมรอบด้าน ไปจนถึงการเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสม ด้วยวิธีการที่เหมาะสม และการรับฟังความคิดเห็น ข้อทักท้วง หรือข้อร้องเรียน และดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาที่นั้น ๆ ให้ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ

4.3 ผู้ปฏิบัติงานพึงหลีกเลี่ยงการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อนที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานที่เพื่อประโยชน์ของสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทับซ้อนที่เกิดขึ้นจริง หรือที่ผู้อื่นรับรู้ว่าจะอาจเป็นผลประโยชน์ทับซ้อน หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อนในการทำหน้าที่ได้ ผู้ปฏิบัติงานต้องแจ้งต่อผู้เกี่ยวข้องให้ทราบ เช่นหัวหน้างาน

4.4 หลีกเลี่ยงและปฏิเสธสิ่งตอบแทนใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นของขวัญสิน บริการ ความช่วยเหลือ หรือสิทธิพิเศษ ที่มากเกินไปที่ผู้ปฏิบัติงานสมควรจะได้รับและจำเป็นต่อการทำหน้าที่ ซึ่งอาจมีผลต่อการปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา

4.5 ผู้ปฏิบัติงานพึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับแหล่งข่าวหรือผู้ให้ข้อมูล แต่พึงหลีกเลี่ยงและปฏิเสธการเข้าไปมีส่วนร่วม เช่น พรรคการเมือง หรือองค์กรต่าง ๆ ที่มากเกินไปจนอาจทำให้เกิดความผูกพันหรือเลือกปฏิบัติต่อแหล่งข้อมูลนั้น ๆ ได้

4.6 ผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งองค์กรต้นสังกัด ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ในการเป็นช่องทางสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้น เป็นปากเสียงให้กับผู้เดือดร้อน มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสำคัญของสังคม ทั้งในสภาวะปกติ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์วิกฤต ต้องสร้างและส่งเสริมค่านิยมและศีลธรรมอันดีให้กับสังคม ส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ สร้างทักษะที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศของเยาวชนและประชาชน และต่อต้านค่านิยมหรือพฤติกรรมที่ทำให้สังคมเสื่อมเสียหรือเสียหายต่อประเทศชาติ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จึงสามารถสรุปเป็นมาตรฐานจริยธรรมสำหรับผู้ปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐ ได้เป็น 4 หลักการสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย 33 หัวข้อย่อย คือ

1. ยึดถือความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy) มีทั้งสิ้น 10 หัวข้อย่อย
2. คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น (Impact) มีทั้งสิ้น 12 หัวข้อย่อย
3. มีความรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่นำเสนอ (Responsibility) มีทั้งสิ้น 5 หัวข้อย่อย
4. ยึดถือประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interest) มีทั้งสิ้น 6 หัวข้อย่อย

ซึ่งจากการสนทนากลุ่มทั้งสองรอบ เป็นที่สังเกตได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลทุกคนเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งในการมีความพยายามผลักดันให้เกิดมาตรฐานจริยธรรมสื่อจากหน่วยงานระดับประเทศ เพื่อประโยชน์โดยรวมต่อสาธารณะ และเป็นการยกระดับคุณภาพและความศรัทธาในวิชาชีพสื่อมวลชน โดยเชื่อว่ากรมประชาสัมพันธ์ จะเป็นหลักในการเริ่มต้นสร้างมาตรฐานขึ้นได้ดี อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลหลายคนยังมีความคลางแคลงใจว่า มาตรฐานจริยธรรมสื่อนี้ จะนำไปใช้ได้จริงมากเพียงใด เนื่องจากเรื่องของจริยธรรมเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ส่งเสริมให้เกิดขึ้น แต่ไม่สามารถบังคับได้ และในบางประเด็น การดำเนินการตามแนวมาตรฐานนี้ เช่นการขออนุญาตในการใช้เนื้อหาที่เผยแพร่เป็นสาธารณะในโลกออนไลน์ อาจทำให้เกิดความยุ่งยากและล่าช้า ซึ่งควรต้องมีการยืดหยุ่นในการนำมาใช้ด้วย

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลายคนยังมีความเห็นว่า ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีหลายประเด็นที่ระบุไว้ในมาตรฐานจริยธรรมสื่อ ที่จะต้องปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงนั้น เช่นจริยธรรมในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในการเขียนข่าว หรือผลิตเนื้อหา โดยเฉพาะสร้างภาพบุคคลหรือสถานที่ที่ไม่มีจริงขึ้นมา นอกจากนั้น ฐานช่องทาง (platform) ต่าง ๆ ของสื่อสังคม

ออนไลน์ ต่างมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผู้ปฏิบัติงาน ต้องศึกษากฎระเบียบ (community standard) เพื่อให้ไม่ทำผิดระเบียบด้วย

เมื่อผู้วิจัยได้สรุปมาตรฐานสื่อออนไลน์จากการให้ความเห็นทั้งสองรอบแล้ว ได้ส่งให้ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านจริยธรรมสื่อออนไลน์ ได้ตรวจสอบและทุกคนได้ให้ความเห็นชอบ และผู้วิจัยได้ส่งมอบมาตรฐานนี้ให้กับหน่วยงานที่ให้ทุน คือสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากผู้บริหาร และตีพิมพ์ออกมาเป็นคู่มือเพื่อแจกจ่ายไปยังบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้จัดให้ผู้วิจัยดำเนินการอบรมหลักการทุกข้อตามคู่มือนี้ ทั้งทางออนไลน์และจัดภายนอกสถานที่ โดยมีบุคลากรและผู้บริหารระดับสูงของกรมประชาสัมพันธ์เข้าร่วมรับฟังตลอดจนจบการอบรม และยังมีนโยบายที่จะบรรจุเรื่องจริยธรรมสื่อไว้ในหลักสูตรของสถาบันการประชาสัมพันธ์ ที่ทำการอบรมบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ และบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การวิจัยนี้ ได้นำไปสู่การจัดทำคู่มือ “มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์” โดยกรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดพิมพ์เป็นเล่ม และทำในรูปแบบออนไลน์ และได้แจกจ่ายไปสู่หน่วยงานภายในกำกับทั่วประเทศ พร้อมทั้งได้จัดดำเนินการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการ 4 หัวข้อใหญ่ และ 33 หัวข้อย่อย กับบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ โดยมีผู้บริหารระดับสูงของกรมประชาสัมพันธ์ คืออธิบดี และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ได้เข้าร่วมการอบรมด้วย ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดเป็นตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานต่อไป และบรรจุหัวข้อนี้ในการอบรมบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ ที่จะต้องเข้ามาอบรมกับหลักสูตรของสถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งชาติอีกด้วย ดังนั้น กรมประชาสัมพันธ์ จึงควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องที่จะจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ และการจำลองสถานการณ์ ทั้งการอบรมสำหรับบุคลากรภายใน และการอบรมของสถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และนำไปทดลองใช้จริง จากนั้นควรมีการ

ทบทวนทุกปี ว่ามีข้อใด หรือข้อความ คำใด ที่อาจตีความได้ไม่ตรงกัน หรือมีความคลุมเครือ มีปัญหาต่อการปฏิบัติงาน และข้อใด ข้อความใด ที่เป็นประโยชน์การดำเนินงานและต่อสังคม ที่ควรคงไว้ และมีประเด็นใหม่ ๆ ใดบ้างที่ควรเพิ่มเติมเข้าไป

2. ในขณะเดียวกัน กรมประชาสัมพันธ์ ควรต่อยอดโดยการเผยแพร่มาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้ ไปยังฝ่ายสื่อสารของหน่วยงานรัฐทุกแห่งทั่วประเทศ รวมถึงสถานศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และอุดมศึกษา โดยเฉพาะในคณะนิเทศศาสตร์ และควรจัดกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจแนวทางเบื้องต้นในการสื่อสารออนไลน์ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ

3. ประเด็นหนึ่งที่ผู้เข้าร่วมอภิปรายได้นำเสนอคือ จริยธรรม เป็นเรื่องของจิตสำนึก ไม่สามารถสร้างได้อย่างยั่งยืนจากการบังคับ ดังนั้นในการดำเนินการ ควรเป็นการส่งเสริมผู้ปฏิบัติงานที่ดำเนินงานได้ตามมาตรฐานจริยธรรม และไม่เน้นในการจับผิด หรือการลงโทษ มีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ และเปิดรับฟังเหตุผลในการดำเนินงาน ซึ่งหัวหน้างานจะต้องเป็นผู้ที่คอยให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด และให้ข้อเสนอแนะในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีปัจจัยที่แตกต่างกันไป แต่ต้องหนักแน่น และจริงจังในการยึดถือการไม่กระทำผิดจริยธรรมสื่อ ซึ่งควรเป็นนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง

4. มาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้ สามารถนำไปปรับใช้กับภาครัฐทั่วประเทศ รวมถึงสื่อเอกชนได้ โดยสามารถเลือกข้อที่สำคัญ โดยเฉพาะหลักการข้อ 1-3 ซึ่งจะเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับหลักการกำกับกันเองที่ส่งเสริมโดย กสทช. ซึ่งควรให้การสนับสนุนร่วมกับองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน

5. ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาปัญหาอุปสรรคในการนำมาตรฐานนี้ไปใช้ รวมถึงการศึกษาเอกสารเพิ่มเติม โดยเฉพาะมาตรฐานจริยธรรมในประเทศอื่น ๆ เช่นประเทศในทวีปเอเชีย ที่มีลักษณะคล้ายประเทศไทย รวมทั้งการศึกษางานวิจัยและตำราด้านจริยธรรมสื่อของไทยด้วย

6. เพื่อให้มาตรฐานจริยธรรมสื่อออนไลน์นี้ได้มีการนำไปใช้เป็นวงกว้าง ควรมีการศึกษาปัญหาจริยธรรมสื่อที่เกิดขึ้น ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และผลักดันให้มีการนำเอามาตรฐานจริยธรรมไปปรับใช้ในองค์กรต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีอำนาจออกกฎระเบียบ เช่น กสทช. หรือ สำนักงาน กพร. อาจพิจารณาออกตัวชี้วัดด้านจริยธรรมสื่อสำหรับองค์กรในสังกัด เพื่อส่งเสริมให้มีการนำเอามาตรฐานจริยธรรมสื่อไปใช้อย่างจริงจัง

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ราชกิจจานุเบกษา. (2560). พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2565 แหล่งที่มา <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/010/24.PDF>
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์. (2562). แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2562. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 มิถุนายน 2565 แหล่งที่มา <https://www.presscouncil.or.th/regulation/9006>
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (2563). แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในกิจการของ ส.ส.ท. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 มิถุนายน 2565 แหล่งที่มา <https://org.thaibps.or.th/announce/ethics>

ภาษาอังกฤษ

- American Society of Newspaper Editors. (2003). *Statement of Principles*. Retrieved July 1, 2022 from https://www.pbs.org/newshour/classroom/app/uploads/2014/03/mediaethics_handout6
- Ethical Journalism Network. (2015). *Our Five Core Principles of Ethical Journalism*. Retrieved July 30, 2022 from <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Thailand*. Retrieved Feb 26, 2024 from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>
- Reid, A. (2013). *Five online standards and ethics pointers for journalists*. Retrieved July 1, 2022 From <https://www.journalism.co.uk/news/five-online-standards-and-ethics-pointers-for-journalists/s2/a552745> [1 July 2022]
- Reuters Institute. (2021). *Digital News Report 2021*. Retrieved July 1, 2022 from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Society of Professional Journalists. (2014). *SPJ Code of Ethics*. Retrieved July 22, 2022 from <https://www.spj.org/ethicscode.asp>